

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, S. M., P. M. (2017). *Manajemen Komunikasi Periklanan*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- Adilah, Y., Mutahar, R., & Sari, I. P. (2017). DETERMINAN PENGGUNAAN KONDOM PADA HUBUNGAN SEKSUAL PERTAMA KALI OLEH REMAJA BELUM MENIKAH DI INDONESIA (ANALISIS DATA SDKI KRR 2012). *Jurnal Ilmu Kesehatan Masyarakat*, 92.
- Alfajri, I., Irfansyah, & Isdianto, B. (2014). ANALISIS WEB SERIES DALAM FORMAT FILM PENDEK. *Wimba: Jurnal Komunikasi Visual*, 29.
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Armstrong, G., Adam, S., Denize, S., & Kotler, P. (2014). *Principles of Marketing*. Australia: Pearson Australia.
- Astuti, P. (2013). Pengaruh Event Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Produk Rokok Envio Mild (Survei Pada Konsumen Bisnis Mitra Usaha PT. Djarum di Kab. Bandung). *Skripsi S1 Manajemen*.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. Edisi ke-11*. New York: McGraw-Hill.
- Belch, G., & Belch, M. (2018). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective. Edisi ke-11*. New York: McGraw-Hill.
- Benckiser, R. (2021, January 1). *Durex telah membuat banyak sejarah selama lebih dari 90 tahun*. From Sejarah Durex: <https://www.durex.co.id/sejarah-durex/>
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods 5th Edition*. United Kingdom: Oxford University Press.
- Bryman, A. (2016). *Social Research Methods. Edisi Internasional*. UK: Oxford.
- Buchory, H., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Linda Karya.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Pendekatan metode kualitatif, kuantitatif dan campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Dacosta, Djoevan, M., & Sugandi, M. S. (2017). Strategi Kreatif Iklan Dalam Pemanfaatan Web Series (Studi Kasus Axelerate: The Series AXE Indonesia Oleh Makna Creative). *Jurnal e-Proceeding of Management*, 1150-1155.
- Eriyanti, Dwi, A., Gelgel, N. M., & Pradipta, A. D. (2018). Hubungan Terpaan Iklan Web Series “Sore” Dengan Niat Beli Tropicana Slim Stevia Pada Masyarakat Denpasar. *Jurnal OJS Unud*, 2.
- Fani, S. (2014). Pengaruh Komunikasi Pmerasan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Yamaha V-Ixion (Studi Pada PT. Lautan Teduh Interniaga). *Skripsi S1 Ilmu Komunikasi*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Edisi ke-9*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2015). *A First Look at Communication Theory Ninth Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Gunelius, S. (2011). *30 Minute Social Media Marketing: Step-by-Step Technics to Spread the Word About Your Bussiness Fast and Free*. New York: McGraw-Hill.
- Herianto, I. (2015). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi, dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian, serta Implikasinya pada Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ekonomi Bisnis dan Entrepreneurship*, 9(2).
- Hong, S. Y., Kang, J. A., & Hubbard, G. T. (2018). The Effect's of Founder's Storytelling Advertising. *International Journal of Entrepreneurship*, 1.
- Hong, S., Kang, J.-A., & Hubbart, G. T. (2018). The Effects of Founder’s Storytelling Advertising. *Journal of Hansei University*.

- <http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/32644-teguran-tertulis-siaran-iklan-kondom-sutra-trans-tv>. (n.d.). Retrieved 12 29, 2020 from [www.kpi.go.id](http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/32644-teguran-tertulis-siaran-iklan-kondom-sutra-trans-tv): <http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/32644-teguran-tertulis-siaran-iklan-kondom-sutra-trans-tv>
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>. (n.d.). Retrieved 12 29, 2020 from [www.andi.link](https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/): <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- <https://archive.org/details/LaporanSDKI2017/page/n21/mode/2up>. (n.d.). Retrieved 12 29, 2020 from [www.archive.org](https://archive.org/details/LaporanSDKI2017/page/n21/mode/2up): <https://archive.org/details/LaporanSDKI2017/page/n21/mode/2up>
- <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>. (n.d.). Retrieved 11 26, 2020 from [www.pddikti.kemdikbud.go.id](https://pddikti.kemdikbud.go.id/): <https://pddikti.kemdikbud.go.id/>
- <https://www.durex.co.id/tentang-durex/kualitas-durex/>. (n.d.). Retrieved 12 10, 2020 from [www.durex.co.id](https://www.durex.co.id/tentang-durex/kualitas-durex/): <https://www.durex.co.id/tentang-durex/kualitas-durex/>
- <https://www.liputan6.com/regional/read/4367097/miris-kasus-remaja-hamil-duluan->. (n.d.). Retrieved 11 26, 2020 from [www.liputan6.com](https://www.liputan6.com/regional/read/4367097/miris-kasus-remaja-hamil-duluan-): <https://www.liputan6.com/regional/read/4367097/miris-kasus-remaja-hamil-duluan->
- https://www.youtube.com/watch?v=JHDb8Yb6ZkM&list=PLi_2P7RYV4KFRy75YdpUzKWNdWQsXsHs9n web series. (n.d.). Retrieved 10 15, 2020 from [www.youtube.com](https://www.youtube.com/watch?v=JHDb8Yb6ZkM&list=PLi_2P7RYV4KFRy75YdpUzKWNdWQsXsHs9n): https://www.youtube.com/watch?v=JHDb8Yb6ZkM&list=PLi_2P7RYV4KFRy75YdpUzKWNdWQsXsHs9n web series
- Hulukati, W., & Djibrani, M. R. (2018). ANALISIS TUGAS PERKEMBANGAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS NEGERI GORONTALO. *Jurnal Bikotetik*, 02(01), 74.
- Indonesia, D. P. (2020, Februari 20). *Etika Pariwisata Indonesia Amandemen 2020*. From sireka.pom.go.id: <https://sireka.pom.go.id/download/information/64/ETIKA%20PARIWARA%20INDONESIA%20AMANDEMEN%202020>
- Indonesia, K. P. (2015, April 10). *Teguran Tertulis Siaran Iklan Kondom "Sutra" Trans TV*. From [kpi.go.id](http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/32644-teguran-tertulis-siaran-iklan-kondom-sutra-trans-tv): <http://www.kpi.go.id/index.php/id/edaran-dan-sanksi/32644-teguran-tertulis-siaran-iklan-kondom-sutra-trans-tv>
- Koes, I. (2014). Sexology Kesehatan. In I. Koes, *Sexology Kesehatan* (pp. 74-75). Bandung: Bandung Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of Marketing*. Harylow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management*. Harlow: Pearson Education Limited.
- Kotler, P., Armstrong, G., Ang, S., Leong, S., Tan, C., & Tse, D. K. (2012). *Principles of Marketing: An Asian Perspective*. Jurong, Malaysia: Pearson Education South Asia.
- Kriyantono, R. (2016). *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Lazard, A., & Atkinson, L. (2014). Putting Environmental Infographics Center Stage: The Role of Visuals at the Elaboration Likelihood Model's Critical Point of View. . *The University of Texas*.
- Lazard, A., & Atkinson, L. (2014). Putting Environmental Infographics Center Stage: The Role of Visuals at the Elaboration Likelihood Model's Critical Point of Persuasion. *Science Communication*, 4.
- Lee, M., & Johnson, C. (2011). *Prinsip-Prinsip Pokok Periklanan Dalam Perspektif Global*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Malhotra, N. (2016). *Marketing Research An Applied Orientation*. India: Pearson India.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory 6th Edition*. London: Sage Publication.
- Moriarty, Sandra, Mitchell, N., & Wells, W. (2012). *Advertising & IMC: Principles & Practice 9th Edition*. Hoboken, New Jersey: Prentice Hall.

- Murairwa, S. (2015). Voluntary Sampling Design. *International Journal of Advanced Research in Management and Social Sciences* vol. 4, no. 2, 186.
- Nirakatriena, P., Zainul, A., & Mawardi, K. M. (2018). Pengaruh Storytelling Marketing Terhadap Brand Equity dan Keputusan Pembelian (Survei Pada Video Iklan Allure Matcha Latte Story di Youtube).
- Nisfiannoor, M. (2013). *Pendekatan Statistika Modern Aplikasi dengan Software SPSS dan EViews*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Pramanda, A. K., & Nurfebriani, S. (2018). Pengaruh Iklan Web Series “Sore: Istri dari Masa Depan” Terhadap Brand Image Tropicana Slim. *Jurnal e-Proceeding of Management*, 1412.
- Rahmadani, & Tandyonomanu. (2018). Pengaruh Iklan Soyjoy Web Series “Ini Perjalananku” Di Youtube Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.
- Riyanto, A. D. (2020, Desember 12). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. From andi.link: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>
- Sarjono, H., & Julianita, W. (2013). *SPSS vs LISREL: Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset. Cetakan Kedua*. Jakarta: Salemba Empat.
- Schiffman, L., Wisenblit, J., & Kumar, S. (2015). *Consumer Behavior*. Delhi: Pearson India.
- Shimp, T. A. (2014). *Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam periklanan dan Promosi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Shiu, D. (n.d.). *Malhotra and Birks*. From [old.staff.neu.edu.tr: http://old.staff.neu.edu.tr/~rserdaroglu/files/MR%20CHAPTERLER/MR%2014%20SESSION%2010%20\[Compatibility%20Mode\].pdf](http://old.staff.neu.edu.tr/~rserdaroglu/files/MR%20CHAPTERLER/MR%2014%20SESSION%2010%20[Compatibility%20Mode].pdf)
- Sholihat, A. (2018). Pengaruh Promosi Penjualan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian di Krema Koffie. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Soemanagara. (2012). *Strategi Marketing Communication: Konsep Strategis dan Terapan*. . Bandung: Alfabeta.
- Soemanagara, R. (2016). *Strategic Marketing Communication (Konsep Strategis & Terapan)*. Bandung: Alfabeta.
- Stanton, W. J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Stockemer, D. (2019). *Quantitative methods for the social sciences: A practical introduction with examples in SPSS and stata*. Canada: Springer Internasional Publising .
- Sugiyono. (2010). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV. ANDI.
- Tuckwell, K. (2014). *Integrated Marketing Communications: Strategic Planning Perspectives*. Canada: Pearson Canada.
- Walter, E., & Gioglio, J. (2014). *The Power of Visual Storytelling: How to Use Visuals, Videos, and Social Media to Market Your Brand*. New York: McGraw-Hill Education.